



**PREZES**  
**URZĘDU OCHRONY**  
**KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
**DELEGATURA w ŁODZI**  
ul. Piotrkowska 120  
90-006 Łódź  
tel. (42) 636 36 89, fax (42) 636 07 12  
e'mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO- 61-18( )/14/RB

Łódź, dnia 7 lipca 2015 r.

**DECYZJA Nr RŁO 4/2015**

- I.** Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą w Gnieźnie,

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

**uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, stosowaniu w umowach zawieranych z konsumentami na podstawie wzorca umowy o nazwie „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.” postanowienia o treści: „*Reklamacja obejmuje uszkodzenia fabryczne, nie obejmuje uszkodzeń mechanicznych*”, które narusza art. 4 ust. 1 w związku z art. 11 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2012 r., Nr 141, poz. 1176 ze zm.) **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 23 grudnia 2014 r.**

- II.** Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą w Gnieźnie

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

**uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zmianami) polegającej na wprowadzeniu w błąd co do zakresu odpowiedzialności przedsiębiorcy i uprawnień konsumentów, co może wpływać na decyzję konsumenta o ewentualnym złożeniu reklamacji i dalszym dochodzeniu roszczeń, na skutek umieszczenia w umowach zawieranych z konsumentami na podstawie wzorca umowy o nazwie „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.” postanowień, o treści:

- a) *„W przypadku co najmniej 30 dniowego opóźnienia w zapłacie którejkolwiek z rat miesięcznych strony zgodnie postanawiają, iż przed wytoczeniem powództwa podejmą próby przedsądowego, ugodowego uzgodnienia spłaty zadłużenia poprzez osobisty kontakt przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. Kupującym w jego miejscu zamieszkania. Kupujący zobowiązuje się pokryć koszty postępowania przedsądowego w wysokości 300,00 złotych za jedną wizytę przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. u Kupującego. Postępowanie przedsądowe będzie obejmować nie więcej niż trzy wizyty przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.” (§3 pkt 15 wzorca umowy pod nazwą „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.”)*
- b) *„W przypadku sprzedaży produktu z opcją dostania wydanie towaru przewoźnikowi stanowić będzie wykonanie umowy przez Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.” (§4 pkt 3 wzorca umowy pod nazwą „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.”),*

**i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 23 grudnia 2014 r.**

**III.** Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą w Gnieźnie

**– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

**uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zmianami) polegającej na wprowadzeniu w błąd odnośnie możliwości odstąpienia od umowy zawartej na odległość jedynie w przypadku gdy towar konsumencki nie był używany, oraz jest w fabrycznym opakowaniu, na skutek umieszczenia w umowach zawieranych z konsumentami na podstawie wzorca umowy o nazwie „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.” postanowienia, o treści: *„Zgodnie z treścią przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną*

*przez produkt niebezpieczny Kupującemu przysługuje prawo do zwrotu na własny koszt kompletnego i **nie noszącego śladów użytkowania** produktu produkowanego seryjnie bez podania przyczyny w terminie 10 dni od daty jej otrzymania. Produkt winien być zwrócony w **fabrycznym opakowaniu.**” i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 23 grudnia 2014 r.*

### Uzasadnienie

W toku postępowania wyjaśniającego, którego celem było wstępne ustalenie, czy na rynku sprzedaży urządzeń typu rezonator biofotonowy, nastąpiło naruszenie przepisów ustawy uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (sygn. akt RŁO-405-20/12/RB) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwany dalej: „Prezesem Urzędu” – ustalił, iż Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą w Gnieźnie – zwana dalej: „Spółka” – prowadzi sprzedaż bezpośrednią poza lokalem przedsiębiorstwa urządzeń typu rezonator biofotonowy. Umowy sprzedaży są zawierane w oparciu o wzorzec umów pod nazwą „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.”. Analiza dokonana w ramach wspomnianego postępowania wyjaśniającego wykazała, iż Spółka we wzorcu tym i w umowach zawartych na jego podstawie stosowała postanowienie o treści: „*Reklamacja obejmuje uszkodzenia fabryczne, nie obejmuje uszkodzeń mechanicznych*”, które naruszało art. 4 ust. 1 w związku z art. 11 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2012 r., Nr 141, poz. 1176 ze zm.) – zwanej dalej „ustawą o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego” – oraz podejmowała działania mogące stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206 ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”. W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż istnieją podstawy do postawienia Spółce zarzutu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 oraz art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”.

W dniu 2 października 2014 r. Prezes Urzędu wszczął postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

- 1) bezprawnym działaniu polegającym na stosowaniu w umowach zawieranych z konsumentami na podstawie wzorca umowy o nazwie „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.” postanowień o treści: „*Reklamacja obejmuje uszkodzenia fabryczne, nie obejmuje uszkodzeń mechanicznych*”, które naruszają art. 4 ust. 1 w związku z art. 11 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2012 r., Nr 141, poz. 1176 ze zm.), co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 cytowanej na wstępie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

- 2) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) polegającej na wprowadzeniu w błąd co do zakresu odpowiedzialności przedsiębiorcy i uprawnień konsumentów, co może wpływać na decyzję konsumenta o ewentualnym złożeniu reklamacji i dalszym dochodzeniu roszczeń, na skutek umieszczenia w umowach zawieranych z konsumentami na podstawie wzorca umowy o nazwie „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.” postanowień, o treści:

*„W przypadku co najmniej 30 dniowego opóźnienia w zapłacie którejkolwiek z rat miesięcznych strony zgodnie postanawiają, iż przed wytoczeniem powództwa podejmą próby przedsądowego, ugodowego uzgodnienia spłaty zadłużenia poprzez osobisty kontakt przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. Kupującym w jego miejscu zamieszkania. Kupujący zobowiązuje się pokryć koszty postępowania przedsądowego w wysokości 300,00 złotych za jedną wizytę przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. u Kupującego. Postępowanie przedsądowe będzie obejmować nie więcej niż trzy wizyty przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.” (§3 pkt 15 wzorca umowy pod nazwą „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.”)*

*„W przypadku sprzedaży produktu z opcją dostawienia wydanie towaru przewoźnikowi stanowić będzie wykonanie umowy przez Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.” (§4 pkt 3 wzorca umowy pod nazwą „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.”),*

co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;

- 3) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206) polegającą na wprowadzeniu w błąd odnośnie możliwości odstąpienia od umowy zawartej na odległość jedynie w przypadku gdy towar konsumencki nie był używany, oraz w fabrycznym opakowaniu, na skutek umieszczenia w umowach zawieranych z konsumentami na podstawie wzorca umowy o nazwie „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.” postanowienia, o treści: *„Zgodnie z treścią przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny Kupującemu przysługuje prawo do zwrotu na własny koszt kompletnego i nie noszącego śladów użytkowania produktu produkowanego seryjnie bez podania przyczyny w terminie 10 dni od daty jej otrzymania. Produkt winien być zwrócony w fabrycznym opakowaniu.”*, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów,

(dowód: karty Nr 1-4), o czym zawiadomił Spółkę (dowód: karty Nr 5 i 6).

Spółka, do dnia wydania niniejszej decyzji, nie udzieliła odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu wobec niej postępowania.

Pismem z dnia 8 maja 2015 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w przedmiotowym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z materiałem dowodowym zgromadzonym w aktach sprawy (dowód: karta Nr 55).

## **Prezes Urzędu ustalił, co następuje:**

Spółka jest przedsiębiorcą wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000432495 (dowód: karty Nr 20-26). W zakresie prowadzonej działalności Spółka zajmowała się między innymi sprzedażą detaliczną prowadzoną poza siecią sklepową, straganami i targowiskami.

Spółka prowadziła sprzedaż bezpośrednią poza lokalem przedsiębiorstwa między innymi urządzeń typu rezonator biofotonowy. Umowy sprzedaży były zawierane w oparciu o wzorzec umów pod nazwą „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.” (dowód: karta Nr 12).

Spółka zawierała umowy z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa poprzez bezpośrednią prezentację multimedialną oferowanych towarów w wynajętych do tego celu pomieszczeniach. Prezentacja taka prowadzona była przez jednego prelegenta, przy wsparciu dwóch lub trzech asystentów. W trakcie takiej prezentacji przedstawiano właściwości prozdrowotne urządzenia typu rezonator biofotonowy. Podawana również była jego cena. Przed wejściem na prezentację sprawdzana była lista gości, a w holu budynku wywieszona była informacja, w którym pomieszczeniu Spółka będzie prowadziła pokaz. W miarę możliwości umieszczane były również plakaty z danymi Spółki. Podczas samej prezentacji konsument miał otrzymywać wszystkie informacje dotyczące zakupu (w tym o możliwości zwrotu towaru, jego cenie, oprocentowaniu i wysokości ewentualnej rat). Zaproszenia na opisane powyżej prezentacje Spółka wysyłała osobom, których dane zostały zamieszczone w różnego rodzaju książkach telefonicznych. (dowód: karta Nr 9).

Spółka stosowała wzorzec umowy pod nazwą „REGULAMIN SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.”, co najmniej od dnia 11 lutego 2013 r. do dnia 23 grudnia 2014 r. (dowód: karty Nr 9 i 52).

We wskazanym wzorcu umowy Spółka ustaliła jednostronnie następujące postanowienia:

- „*Reklamacja obejmuje uszkodzenia fabryczne, nie obejmuje uszkodzeń mechanicznych.*” – § 5 pkt 5,
- „*W przypadku co najmniej 30 dniowego opóźnienia w zapłacie którejkolwiek z rat miesięcznych strony zgodnie postanawiają, iż przed wytoczeniem powództwa podejmą próby przedsądowego, ugodowego uzgodnienia spłaty zadłużenia poprzez osobisty kontakt przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. Kupującym w jego miejscu zamieszkania. Kupujący zobowiązuje się pokryć koszty postępowania przedsądowego w wysokości 300,00 złotych za jedną wizytę przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. u Kupującego. Postępowanie przedsądowe będzie obejmować nie więcej niż trzy wizyty przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.*” – § 2 pkt 15,
- „*W przypadku sprzedaży produktu z opcją dostawienia wydanie towaru przewoźnikowi stanowić będzie wykonanie umowy przez Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.*” – § 4 pkt 3,
- „*Zgodnie z treścią przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny Kupującemu przysługuje prawo do zawrotu na własny koszt kompletnego i nie noszącego śladów użytkowania produktu produkowanego seryjnie bez podania przyczyny w terminie 10 dni od daty jej otrzymania. Produkt winien być zwrócony w fabrycznym opakowaniu.*” – § 6 pkt 2.

Korespondencja wysyłana do Spółki po dniu 2 października 2014 r. wracała z adnotacją „zwrot nie podjęto w terminie”. (dowód: karty Nr 40, 42, 44 i 56).

Jak wynika ze skargi konsumenckiej, reklamacje wysyłane na adres Spółki ujawniony w Krajowym Rejestrze Sądowym wracały z adnotacją „adresat wyprowadził się”. (dowód: karta Nr 29).

Z informacji przekazanych przez Naczelnika Urzędu Skarbowego w Gnieźnie wynika, iż za lata 2013-2014 brak jest danych o złożonych zeznaniach podatkowych przez Spółkę. Ponadto w spółce komandytowej każdy z udziałowców rozlicza się proporcjonalnie do wysokości swoich udziałów. Naczelnik Urzędu Skarbowego w Gnieźnie nie posiada żadnych informacji o wysokości przychodu uzyskanego przez Spółkę, ani przez poszczególnych udziałowców w roku 2014 r. (dowód: karta Nr 46).

W ramach niniejszego postępowania ustalono także, za pomocą archiwum internetowego znajdującego się pod adresem [http://web.archive.org/web/\\*/www.mediane.com.pl](http://web.archive.org/web/*/www.mediane.com.pl), kiedy na stronie [www.mediane.com.pl](http://www.mediane.com.pl) dokonywano zmian. Za pośrednictwem strony [www.mediane.com.pl](http://www.mediane.com.pl) Spółka oferowała swoje towary. I tak według tego archiwum zmian na tej stronie dokonywano w roku 2014 w dniach 16 maja oraz 18 i 23 grudnia. Od tego dnia strona pozostaje nieaktywna i nie można jej już wyświetlić, a co za tym idzie nie można za jej pośrednictwem nabyć produktów, które wcześniej oferowała Spółka. (dowód: karty Nr 52-54).

### **Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 pkt 3 tej ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Konsumentem w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22<sup>1</sup> – Dz. U. z 2014 r., poz. 121 j.t. – zwana dalej „k.c.” – w związku z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów). Przepis art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera otwarty katalog działań stanowiących praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. W dniu 18 stycznia 2015 r. weszła w życie ustawa z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945). Jednakże zgodnie z jej art. 3 do spraw, w których postępowanie wszczęto przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy stosuje się przepisy dotychczasowe.

### **Naruszenie interesu publicznoprawnego**

Podstawą do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie, czy w przedmiotowej sprawie doszło do naruszenia interesu publicznoprawnego. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację wskazanego w art. 1 ust. 1 celu tej ustawy, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów jest wobec tego, aby działania przedsiębiorców, którym zarzucono naruszenie jej przepisów,

stanowiły potencjalne zagrożenie interesu publicznego, nie zaś interesu jednostki lub grupy. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w odniesieniu do przedsiębiorców chroni zatem konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem dotyczy nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów, którzy są lub byli klientami Spółki. Sposób oferowania swoich usług przez Spółkę wskazuje, iż potencjalnie każdy posiadacz telefonu stacjonarnego, którego dane zostały umieszczone w różnego rodzaju książkach telefonicznych mógł stać się jej klientem. Uznać zatem należało, iż oferta zawarcia umowy kierowana jest do nieograniczonej ilości osób. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Innymi słowy, naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Tym samym dla stwierdzenia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

- 1) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy,
- 2) działanie to jest bezprawne,
- 3) działanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowy interes konsumentów.

#### **Ad 1)**

Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej (...). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 584) – zwanej dalej „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej” – jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą, jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Zgodnie z art. 14 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia wniosku o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym.

Podmiot, przeciwko któremu toczyło się niniejsze postępowanie, to spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa będąca spółką kapitałową, której odrębna ustawa przyznaje osobowość prawną. Zgodnie z art. 109 § 1 ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (tekst jedn. Dz. U. z 2013 r., poz. 1030 ze zm.), Spółka komandytowa powstaje z chwilą wpisu do rejestru. Jak wskazano powyżej, Spółka, będąca stroną niniejszego postępowania działa pod firmą – Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. i jest zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym Rejestrze Przedsiębiorców pod numerem 0000432495.

Przedmiotem działalności Spółki jest między innymi sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka niezbędna dla uznania działań Spółki za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów została spełniona.**

### **Ad 2)**

Dla uznania działania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest, aby działanie to miało charakter bezprawny.

Art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera przykładowy katalog bezprawnych działań naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Są to 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296, z późn. zm.); 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Zwrócił na to uwagę Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygnatura akt XVIII AmA 32/05) wskazując, iż art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, (którego odpowiednikiem w ustawie z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów jest art. 24 ust. 2), nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw, gdyż dopiero na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem. Aktem prawnym, do którego należy odwołać się w tej sprawie jest ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego. Zatem oprócz praktyk wskazanych bezpośrednio przez ustawodawcę w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów można uznać takie zachowania naruszające przepisy innych ustaw, które nakładają na przedsiębiorcę określone obowiązki względem konsumenta.

Bezprawność zachowań Spółki zostanie rozważona oddzielnie w odniesieniu do każdej z praktyk.

### **Ad I. sentencji niniejszej decyzji.**

**Praktyka opisana w punkcie I sentencji niniejszej decyzji** dotyczy zamieszczenia w umowach zawieranych w obrocie z konsumentami postanowienia „*Reklamacja obejmuje uszkodzenia fabryczne, nie obejmuje uszkodzeń mechanicznych.*”, które naruszało art. 4 ust. 2 w związku z art. 11 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego. W dniu 25 grudnia 2014 r. weszła w życie ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827). W związku z powyższym w tym dniu utraciły moc obowiązującą ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r. poz. 1225 – zwana dalej „ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny”) oraz ustawa o szczególnych warunkach



sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego. Jednakże zgodnie z art. 51 wspomnianej ustawy do umów zawartych przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy stosuje się przepisy dotychczasowe.

W toku przeprowadzonego postępowania Prezes Urzędu stwierdził, iż Spółka, w ramach prowadzonej działalności, dokonywała sprzedaży rzeczy ruchomych osobom fizycznym, które nabywały te rzeczy w celu niezwiązanym z działalnością zawodową lub gospodarczą. W związku z powyższym cytowane wyżej postanowienie wzorca umowy należy uznać za sprzeczne z art. 4 ust. 2 w związku z art. 11 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego.

Zgodnie ze wskazanym unormowaniem sprzedawca odpowiadał wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową; w przypadku stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania. Natomiast art. 11 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej stanowił, iż uprawnień unormowanych w niniejszej ustawie nie można wyłączyć ani ograniczyć w drodze umowy zawartej przed zawiadomieniem sprzedawcy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. W szczególności nie można tego dokonać przez oświadczenie kupującego, że wie o wszelkich niezgodnościach towaru z umową, lub przez wybór prawa obcego. Zgodnie z przytoczoną normą przedsiębiorca odpowiadał za wszelką niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową (również za wady fabryczne, czy też mechaniczne). Tymczasem Spółka ograniczała swoją odpowiedzialność jedynie do, jak to sama określiła, wad fabrycznych. Przy tym określenie to jest niejednoznaczne i może wprowadzać w błąd konsumenta, który nie będzie wiedział czy przyczyną danej niezgodności jest wada pochodzenia mechanicznego.

Mając na uwadze powyższe **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka** niezbędna do stwierdzenia stosowania przez Spółkę praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona.**

Z ustaleń dokonanych w niniejszej decyzji wynika, że Spółka zaprzestała z dniem 23 grudnia 2014 r. prowadzenia działalności gospodarczej polegającej na sprzedaży towarów w obrocie z udziałem konsumentów. Z posiadanego materiału dowodowego wynika, iż Spółka aktualnie nie prowadzi działalności gospodarczej – nie odbiera korespondencji, nie udziela odpowiedzi konsumentom, nie składa zeznań podatkowych, zaprzestała prowadzenia sklepu internetowego. Jednakże nie dokonała stosownego wykreślenia z Krajowego Rejestru Sądowego, a co za tym idzie nie można przyjąć, że Spółka utraciła byt prawny. Ostatnia czynność podjęta przez Spółkę przypada na dzień 23 grudnia 2014 r. i polegała ona na zmianie swojej strony internetowej w taki sposób, by już nie można było nabywać produktów za jej pośrednictwem.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż nastąpiło zaniechanie przez Spółkę stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w dniu 23 grudnia 2014 r.

### **Ad II. I III. sentencji niniejszej decyzji.**

W przedmiotowym postępowaniu Prezes Urzędu postawił Spółce zarzut stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych. Takie działanie może stanowić naruszenie art. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206) – zwana dalej „ustawą o

przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym” – praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu (ust. 1). Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1 (ust. 2)<sup>1</sup>.

Zgodnie natomiast z art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Podkreślenia wymaga fakt, iż ocena praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd powinna być dokonywana w odniesieniu do przeciętnego konsumenta. W rozumieniu art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przeciętnym konsumentem jest konsument, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o sprzedaży konsumenckiej jest wynikiem dorobku orzeczniczego Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości. Stopniowy rozwój orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta, jako konsumenta rozważnego, przeciętnie oświeconego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia towaru. To, czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości.

**Praktyka opisana w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji** dotyczy bezprawnego działania polegającego na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na wprowadzeniu w błąd co do zakresu odpowiedzialności przedsiębiorcy i uprawnień konsumentów.

Spółka w Regulaminie (a co za tym idzie w umowach zawieranych na jego podstawie) wprowadziła zapisy następującej treści *„W przypadku co najmniej 30 dniowego opóźnienia w zapłacie którejkolwiek z rat miesięcznych strony zgodnie postanawiają, iż przed wytoczeniem powództwa podejmą próby przedsądowego, ugodowego uzgodnienia spłaty zadłużenia poprzez osobisty kontakt przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. Kupującym w jego miejscu zamieszkania. Kupujący zobowiązuje się pokryć koszty postępowania przedsądowego w wysokości 300,00 złotych za jedną wizytę przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k. u Kupującego. Postępowanie przedsądowe będzie obejmować nie więcej niż trzy wizyty przedstawiciela Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.”.*

---

<sup>1</sup> Przepis w brzmieniu z dnia stwierdzenia zakończenia stosowania praktyki, to jest z dnia 23 grudnia 2014 r.

Stwierdzić należy, iż wskazane powyżej postanowienie opiera się na zasadzie obciążenia dłużnika kosztami windykacji (w tym wypadku przedsądowej) za dochodzenie wierzytelności z tytułu nieopłaconych rat. Stanowi to o przyjęciu *a priori* odpowiedzialności odszkodowawczej dłużnika za jego opóźnienie w zapłacie należności. Przesłankami odpowiedzialności są uregulowane w przepisach art. 361 i 471 k.c. Zauważyć należy jednak, iż opóźnienie w zapłacie należności nie rodzi zawsze odpowiedzialność odszkodowawczą. Zobowiązany do odszkodowania odpowiada bowiem tylko za normalne następstwa swego działania lub zaniechania, z którego wynikła szkoda. Nieodzwonne jest również wystąpienie normalnego związku przyczynowego. Stanowisko powyższe znajduje również odzwierciedlenie w wyroku Sądu Najwyższego z dnia 4 marca 2010 r. w sprawie o sygn. akt I CSK 404/09 (LEX nr 577432). W orzeczeniu tym stwierdzono, iż opóźnienie się klienta (konsumenta) z zapłatą należności nie musi oznaczać, że w każdym wypadku klient poniesie odpowiedzialność odszkodowawczą. Sąd Najwyższy w uzasadnieniu uznał, że ten sposób postępowania apriorycznie przyjmuje odpowiedzialność odszkodowawczą konsumenta. Tymczasem w każdym wypadku muszą być spełnione przesłanki takiej odpowiedzialności, które zostały określone w przepisach art. 361 i 471 k.c. Uwzględniając powyższe uznać należało, iż praktyka stosowana przez Spółkę rażąco narusza interes konsumenta, który może zostać obciążony opłatą nie mającą związku z wydatkami i kosztami wynikającymi z czynności, za które jest pobierana. Dochodzi jednocześnie do ukształtowania obowiązków konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, albowiem przedsiębiorca, jako silniejsza strona stosunku prawnego nakłada na klienta obowiązek zapłaty za wezwanie do zapłaty, podczas gdy nie została przesądzona odpowiedzialność konsumenta za opóźnienie w zapłacie. Opóźnienie to może bowiem wynikać z sytuacji, za które konsument nie ponosi żadnej odpowiedzialności, bądź odpowiedzialności takiej nie będzie można mu przypisać z powodu wystąpienia okoliczności ją wyłączających. Tymczasem omawiane postanowienie wywołuje błędne przekonanie, iż konsument powinien ponosić tą opłatę niezależnie od możliwości przypisania mu odpowiedzialności.

Spółka w Regulaminie (a co za tym idzie w umowach zawieranych na jego podstawie) wprowadziła zapis następującej treści „*W przypadku sprzedaży produktu z opcją dostania wydanie towaru przewoźnikowi stanowić będzie wykonanie umowy przez Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.*”.

Spółka w przedmiotowym postanowieniu wskazała, że chwilą wykonania umowy sprzedaży, jest moment przypadający na dzień przekazania przesyłki do przewoźnika. W ocenie Prezesa Urzędu interpretować należy owe postanowienie jako zastrzeżenie Spółki, iż nie odpowiada za opóźnienia w dostawie spowodowane nieprawidłową pracą podmiotów świadczących usługi pocztowe bądź kurierskie, w konsekwencji czego okoliczności te nie mogą być podstawą do roszczeń kierowanych przez konsumentów. Definicja sprzedaży znajdująca się w art. 535 § 1 k.c. stanowi, iż przez umowę sprzedaży sprzedawca zobowiązuje się przenieść na kupującego własność rzeczy i wydać mu rzecz, a kupujący zobowiązuje się rzecz odebrać i zapłacić sprzedawcy cenę. Zatem jednym z obowiązków sprzedawcy jest takie wydanie rzeczy, aby dotarła ona w stanie zgodnym z umową do kupującego (w tym wypadku posiadającego status konsumenta).

Zakwestionowane postanowienie kategorycznie zwalnia Spółkę z odpowiedzialności za opóźnienie lub utratę i uszkodzenie przesyłki w sytuacji, gdy to przede wszystkim na Spółce ciąży uprawnienie do dochodzenia roszczeń od przewoźnika.

Zgodnie z art. 65 ust. 1 ustawy z dnia z dnia 15 listopada 1984 r. Prawo przewozowe (Dz. U. z 2012 r., poz.1173 j.t.) – zwana dalej „Prawo przewozowe” – przewoźnik ponosi

odpowiedzialność za utratę, ubytek lub uszkodzenie przesyłki powstałe od przyjęcia jej do przewozu aż do jej wydania oraz za opóźnienie w przewozie przesyłki. Natomiast zgodnie z art. 75 ust. 3 pkt 2 Prawa przewozowego roszczenia przeciwko przewoźnikowi przysługują z tytułu umowy przewozu przesyłek towarowych: a) o zwrot należności lub jej części - nadawcy lub odbiorcy zależnie od tego, który z nich dokonał zapłaty, b) o inne roszczenia z tytułu umowy przewozu – nadawcy lub odbiorcy zależnie od tego, któremu z nich przysługuje prawo rozporządzania przesyłką. Przepis ten reguluje zagadnienie legitymacji czynnej do dochodzenia roszczeń wobec przewoźnika. Regulacja legitymacji czynnej do dochodzenia roszczeń, czyli określenie, kto jest uprawniony do występowania z żądaniami wobec przewoźnika, ma charakter kazuistyczny. Takie ujęcie zagadnienia wynika z kilku przyczyn. Po pierwsze, roszczenia wynikające z ustawy mogą mieć różny charakter (np. o zapłatę należności, o zwrot nienależnego świadczenia, odszkodowawcze). Po drugie, zarówno umowa przewozu osób, jak i przewozu przesyłki może być zawarta jako umowa na rzecz osoby trzeciej. Pojawia się wówczas kwestia, czy roszczenia powinny być dochodzone przez stronę umowy (organizatora przewozu grupowego, nadawcę) czy też osobę, na rzecz której umowa została zawarta (uczestnika przewozu grupowego, odbiorcę). Kazuistyczność regulacji powoduje, że większość sytuacji jest wprost unormowana i nie wymaga komentarza. Pewne wątpliwości pojawiają się na tle regulacji zawartej w postanowieniu ust. 3 pkt 2 komentowanego artykułu, dotyczącej roszczeń z umowy przewozu przesyłek towarowych innych niż o zwrot należności. W praktyce chodzi przede wszystkim o roszczenia odszkodowawcze wynikające z niewykonania lub nienależytego wykonania takiej umowy, w tym m.in. o roszczenia związane ze szkodami w substancji przesyłki i opóźnieniem w przewozie. Ustawa nadaje uprawnienie do dochodzenia takich roszczeń nadawcy lub odbiorcy, zależnie od tego, któremu z nich przysługuje prawo rozporządzania przesyłką. Legitymacja do dochodzenia roszczeń unormowana jest zatem w sposób czysto formalny. Chodzi bowiem o rozporządzenie w sensie, w jakim sformułowania tego użyto w przepisie art. 53 (prawo do odstąpienia lub zmiany umowy przewozu), a nie o czynność prawną rozporządzającą. Stąd też osobą uprawnioną do dochodzenia roszczeń odszkodowawczych wobec przewoźnika jest nadawca – do chwili odbioru przesyłki albo przyjęcia listu przewozowego przez odbiorcę lub wprowadzenia przez niego zmian do umowy przewozu. Od tego momentu osobą uprawnioną jest odbiorca przesyłki (art. 53 ust. 4)<sup>2</sup>.

Z powyższego wynika zatem, iż Spółka nie mogła wyłączyć odpowiedzialności za opóźnienia w dostawie spowodowane nieprawidłową pracą podmiotów świadczących usługi pocztowe bądź kurierskie, gdyż do czasu odbioru przesyłki przez konsumenta, to ona ma legitymację czynną do dochodzenia roszczeń od tychże podmiotów.

Podkreślenia wymaga fakt, iż ocena praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd powinna być dokonywana w odniesieniu do przeciętnego konsumenta. W rozumieniu art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przeciętnym konsumentem jest konsument, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału

---

<sup>2</sup> Zobacz szerzej w: Krzysztof Wesolowski, Komentarz do art.75 ustawy - Prawo przewozowe, Lex.

Sprawiedliwości. Stopniowy rozwój orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta, jako konsumenta rozważnego, przeciętnie oświeconego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia towaru. To, czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości. Przyjmując model przeciętnego konsumenta na potrzeby niniejszego postępowania należy wziąć pod uwagę model konsumenta – chcącego skorzystać z uprawnień wynikających z k.c., jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane. Mając na uwadze opisane powyżej praktyki stosowane przez Spółkę, należy stwierdzić, że postępowanie takie mogło wywołać u przeciętnego konsumenta błędne przekonanie w zakresie odpowiedzialności przedsiębiorcy i przysługujących mu uprawnień z tytułu zawartej umowy sprzedaży. W niniejszej sprawie należy uznać, że treść informacji przekazywanych przez Spółkę konsumentowi, za pośrednictwem wzorca umowy, mogła wywoływać u przeciętnego konsumenta wrażenie, że jego możliwości wystąpienia ze stosownym roszczeniem są ograniczone w stosunku do uprawnień przysługujących mu na podstawie k.c. czy też innych ustaw. To z kolei mogło konsumentów odwieść od wykonywania tych uprawnień.

Odnosząc się do omawianych powyżej postanowień podnieść należy, że naruszają one dobre obyczaje. W wyroku z dnia 23 lutego 2006 r., sygn. akt XVII Ama 118/04, Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdził, że za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności. W omawianym przypadku Spółka nadużyła dobre obyczaje także poprzez nadużywanie wobec konsumenta uprzywilejowanej pozycji kontraktowej.

**Praktyka opisana w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji** dotyczy bezprawnego działania polegającego na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na wprowadzeniu w błąd odnośnie możliwości odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

Spółka w Regulaminie (a co za tym idzie w umowach zawieranych na jego podstawie) wprowadziła zapis następującej treści *„Zgodnie z treścią przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny Kupującemu przysługuje prawo do zwrotu na własny koszt kompletnego i nie noszącego śladów użytkowania produktu produkowanego seryjnie bez podania przyczyny w terminie 10 dni od daty jej otrzymania. Produkt winien być zwrócony w fabrycznym opakowaniu.”* (podkreślenia własne). W ramach prowadzonej działalności Spółka zawiera umowy z konsumentami poza siedzibą swojej firmy, urządzając różnego rodzaju prezentacje.

Zakwestionowane postanowienie może powodować zniekształcenie zachowania rynkowego konsumenta. Działanie przedsiębiorcy zgodne z brzmieniem ww. postanowienia, może bowiem wpływać na decyzję konsumenta co do skorzystania z uprawnienia do odstąpienia od umowy, przysługującego mu na podstawie art. 2 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. tj. z 2012 r. poz. 1225) – zwanej dalej „ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów”. Zgodnie z brzmieniem art. 2 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument

jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu (...). Ustawodawca w wyżej przywołanym przepisie nie uzależnił prawa odstąpienia od umowy (oraz co się z tym wiąże - do zwrotu towaru) od okoliczności braku używania zamówionego towaru lub zwrotu w oryginalnym opakowaniu. Prawo do odstąpienia od tak zawartej umowy ma charakter kształtujący. W następstwie złożenia przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu stosunek umowny wygasa ze skutkiem od momentu powstania – *ex tunc*<sup>3</sup>. Konsument po odebraniu zamówionego towaru ma prawo korzystania z przedmiotu w ramach zwykłego zarządu i nie spoczywa na nim obowiązek wynagrodzenia przedsiębiorcy za zgodne z przeznaczeniem używanie rzeczy<sup>4</sup>. W polskim prawie nie ma legalnej definicji pojęcia „zwykłego zarządu”, niemniej należy wskazać na cel, jaki przyświecał wprowadzeniu możliwości dokonywania zakupów poza lokalem przedsiębiorstwa oraz uregulowaniu następczego prawa do odstąpienia od umowy. Konsument nie ma możliwości zbadania rzeczy tak jak mógłby to uczynić dokonując zakupu w stacjonarnym sklepie przedsiębiorcy. Zgodnie bowiem z art. 3 ust. 3 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej sprzedawca jest obowiązany zapewnić w miejscu sprzedaży odpowiednie warunki techniczno-organizacyjne umożliwiające dokonanie wyboru towaru konsumpcyjnego i sprawdzenie jego jakości, kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów. Tożsame uprawnienie w ramach zwykłego zarządu powinno więc przysługiwać konsumentom dokonującym zakupu poza siedzibą przedsiębiorstwa. Granice zmian w ramach zwykłego zarządu powinny być rozpatrywane każdorazowo w oparciu o konkretny stan faktyczny. W zakresie zwykłego zarządu mieści się zarówno sprawdzenie jakości wyrobu poprzez jego dotyk, przymierzenie, sprawdzenie wytrzymałości na określone czynniki jak i zweryfikowanie stanu produktu poprzez stwierdzenie braku mechanicznego uszkodzenia, usterki. Nie powoduje to bowiem zmiany stanu takiej rzeczy, a towar po ponownym zapakowaniu nadaje się do dalszej sprzedaży. Reasumując, użytkowanie przedmiotu zakupu w ramach zwykłego zarządu w ciągu 10 dni od momentu jego otrzymania nie powoduje po stronie przedsiębiorcy żadnych roszczeń w stosunku do konsumenta, a tym bardziej nie może oznaczać braku możliwości zwrotu towaru. Wyłączenie *a priori* możliwości zwrotu towaru z powodu „używania” towaru, może stanowić próbę ograniczenia uprawnień konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy. Ponadto wskazana ustawa nie uzależnia także zwrotu towaru od wysłania go w oryginalnym opakowaniu. Takie rozszerzenie, wyłącznie na niekorzyść konsumenta, sposobu dokonania zwrotu towaru, należy ocenić jako nieuzasadnione, a przede wszystkim sprzeczne z dobrymi obyczajami i rażąco naruszające interesy konsumenta.

Mając na uwadze opisany powyżej model przeciętnego konsumenta oraz praktyki stosowane przez Spółkę, należy stwierdzić, że postępowanie takie mogło wywołać u przeciętnego konsumenta błędne przekonanie w zakresie przysługujących mu praw z tytułu odstąpienia od umowy. W niniejszej sprawie należy uznać, że treść informacji przekazywanych przez Spółkę konsumentowi, za pośrednictwem wzorca umowy, mogła wywoływać u przeciętnego konsumenta wrażenie, że jego możliwości odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem są ograniczone w stosunku do uprawnień przysługujących mu na podstawie ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów. To z kolei mogło konsumentów odwieść od wykonywania tych uprawnień.

---

<sup>3</sup> W. Kocot, *Nowe zasady zawierania i wykonywania umów z udziałem konsumentów (I)*, Przegląd Prawa Handlowego 2000 nr 11, s. 50.

<sup>4</sup> M. Jagielska, *Umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorcy i na odległość*, Monitor Prawniczy 2000 nr 9, s. 563.

Jednocześnie, w celu wykazania, że działanie Spółki stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, konieczne jest także wykazanie, że przedmiotowa praktyka jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

W literaturze przyjmuje się, że istotność zniekształcenia zachowania rynkowego konsumenta przez stosowaną praktykę rynkową pozwala uznać, że jej wpływ musi niejako popychać przeciętnego konsumenta do zmiany zachowania rynkowego. Powoduje to tym samym zniekształcenie tego zachowania, które ujawnia się jako zniekształcenie realne lub potencjalne decyzji konsumenta, która powinna być wyborem świadomym i efektywnym. Można, zatem uznać, że wpływ praktyki jest na tyle istotny, że pod jej wpływem proces decyzyjny konsumenta może ulec wypaczeniu (zniekształceniu). Jeśli zaś chodzi o doniosłość (znaczenie) tego zniekształcenia, to należy stwierdzić, że musi ono być, co najmniej potencjalne. Uściślając, wpływ nieuczciwej praktyki rynkowej na zachowanie rynkowe konsumenta, musi ona odnieść skutek w postaci, co najmniej potencjalnego zniekształcenia zachowania rynkowego konsumenta (Komentarz do ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U.07.171.1206), [w:] M. Sieradzka, Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, Oficyna, 2008).

W przedmiotowej sprawie należy stwierdzić, iż działanie Spółki pozostaje w sprzeczności z dobrymi obyczajami, w tym z zasadą uczciwości kupieckiej. Ogólnie przyjętą zasadą uczciwości kupieckiej jest obowiązek udzielania prawdziwej, rzetelnej i pełnej informacji. Ma to szczególne znaczenie w obrocie konsumenckim, czyli w stosunkach handlowych, których stronami są konsument oraz sprzedawca – profesjonalista. Spółka naruszyła dobre obyczaje w zakresie prawa konsumenta do rzetelnej, jednoznacznej informacji o warunkach, na jakich może odstąpić od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy. W ocenie Prezesa Urzędu, we wskazanym wyżej zakresie mogło dojść do istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta (a więc jego decyzji dotyczącej umowy) po zawarciu umowy – w wyniku otrzymania nierzetelnego, wprowadzającego w błąd komunikatu od przedsiębiorcy, pod wpływem, którego mógł on dojść do niewłaściwych wniosków, co do możliwości skorzystania z uprawnień odnoszących się do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

Mając na uwadze powyższe **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka** niezbędna do stwierdzenia stosowania przez Spółkę praktyk wskazanych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona.**

Z ustaleń dokonanych w niniejszej decyzji wynika, że Spółka zaprzestała z dniem 23 grudnia 2014 r. prowadzenia działalności gospodarczej polegającej na sprzedaży towarów w obrocie z udziałem konsumentów. Z posiadanego materiału dowodowego wynika, iż Spółka aktualnie nie prowadzi działalności gospodarczej – nie odbiera korespondencji, nie udziela odpowiedzi konsumentom, nie składa zeznań podatkowych, zaprzestała prowadzenia sklepu internetowego. Jednakże nie dokonała stosownego wykreślenia z Krajowego Rejestru Sądowego, a co za tym idzie nie można przyjąć, że Spółka utraciła byt prawny. Ostatnia czynność podjęta przez Spółkę przypada na dzień 23 grudnia 2014 r. i polegała ona na zmianie swojej strony internetowej w taki sposób, by już nie można było nabywać produktów za jej pośrednictwem.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż w dniu 23 grudnia 2014 r. nastąpiło zaniechanie przez Spółkę stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

### Ad 3)

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Przepis art. 24 ust. 3 tej ustawy stanowi jedynie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Z całą pewnością mamy do czynienia ze zbiorowym interesem konsumentów wówczas, gdy działanie przedsiębiorcy dotyczy, bądź może dotyczyć nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować.

W wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. sygnatura akt III SK 27/07 Sąd Najwyższy stwierdził, że sformułowanie z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów o treści „nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów”<sup>5</sup> należy rozumieć w ten sposób, że liczba indywidualnych konsumentów, których interesy zostały naruszone, nie decyduje o tym, czy dana praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.

W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu ma do czynienia z naruszeniem praw nieograniczonej i nieokreślonej liczby konsumentów, którzy zawarli bądź mogli zawrzeć umowy ze Spółką na podstawie wzorca, który zawierał zakwestionowane postanowienia. Działania Spółki naruszały interes ekonomiczny konsumentów w zakresie ograniczenia prawa do reklamacji, ograniczenia odpowiedzialności Spółki oraz ograniczenia prawa do odstąpienia od umowy. W tej sytuacji bezprawne zachowanie Spółki nie dotyczyło interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów Spółki.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka niezbędna dla uznania działań Spółki za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów została spełniona.**

Zgodnie z art. 27 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 tej ustawy. W takim przypadku, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

**Wobec spełnienia przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyki** naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i 2 i art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz przesłanek wydania decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania

---

<sup>5</sup> W dniu 21 kwietnia 2007 r. weszła w życie ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Na podstawie art. 137 ww. ustawy straciła moc ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Obecnie problematyka zbiorowego interesu konsumentów została uregulowana w przepisie art. 24 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.



wskazanych w art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **Prezes Urzędu orzekł jak w punktach I., II. I III. sentencji niniejszej decyzji.**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) w związku z art. 479<sup>28</sup> § 1 i 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r, poz. 101 tekst jednolity) – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

*Z upoważnienia  
Prezesa  
Urzędu Ochrony Konkurencji  
i Konsumentów  
Z-ca Dyrektora Delegatury*

Andrzej Kędzia

Otrzymuje:

Mediane Polska Sp. z o.o. Sp. k.  
ul. 3 Maja 30, lok. 2,  
62-200 Gniezno